

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN

1. Kota anda tinggal saat ini :
2. Usia anda saat ini : tahun
3. Jenis Kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Pekerjaan :
 - a. Wiraswasta
 - b. PNS
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Pelajar/ Mahasiswa
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN

Pelanggan MatahariMall.com yang terhormat, berkenaan dengan penelitian saya tentang kualitas website dan sikap berbelanja online , maka saya mohon kesediannya bpk/ibu/sdr untuk menjawab semua pernyataan pada jawaban yang menurut anda sesuai. Bacalah setiap pernyataan yang dimaksud secara seksama, kemudian tentukan pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi dan pengalaman anda.

Sangat setuju	(SS)	5
Setuju/	(S)	4
Netral/Ragu-ragu	(N)	3
Tidak setuju	(TS)	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah	(STS)	1
Sangat kuat	(SK)	5

kuat	(K)	4
Netral/Ragu-ragu	(N)	3
lemah	(L)	2
Sangat lemah	(SL)	1

Sangat sering	(SS)	5
sering	(S)	4
Kadang	(K)	3
jarang	(J)	2
Tidak Pernah	(TP)	1

Kualitas Website

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa mudah untuk mempelajari cara pengoperasian website MatahariMall.com.					
2.	Saya merasa mudah berinteraksi dengan website MatahariMall.com dan mudah dipahami.					
3.	Saya merasa mudah bernavigasi dalam website MatahariMall.com.					
4.	WebsiteMatahariMall.com memiliki tampilan yang menarik.					
5.	Desain tampilan website MatahariMall.com sesuai dengan jenis “toko online”.					
6.	Website MatahariMall.com memberikan pengalaman positif bagi pengguna.					
7.	Website MatahariMall.com memberikan informasi akurat.					
8.	Website MatahariMall.com memberikan informasi yang terpercaya.					
9.	Website MatahariMall.com memberikan informasi terbaru.					

10.	Website MatahariMall.com memberikan informasi yang relevan.					
11.	Website MatahariMall.com memberikan informasi yang mudah dipahami.					
12.	Website MatahariMall.com memberikan informasi sesuai dengan kadar yang dibutuhkan pengguna.					
13.	Website MatahariMall.com memberikan informasi sesuai dengan format.					
14.	Website MatahariMall.com memiliki reputasi yang baik.					
15.	Saya merasa aman melakukan transaksi belanja diwebsite MatahariMall.com.					
16.	Saya merasa aman memberikan informasi pribadi saya.					
17.	Website MatahariMall.com memberi saya ruang untuk personalisasi.					
18.	Website MatahariMall.com memberikan ruang untuk komunitas.					
19.	Website MatahariMall.com memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan penjual.					
20.	Saya merasa yakin bahwa barang yang dikirim sesuai dengan yang telah dijanjikan.					

Hedonic Shopping Motivation

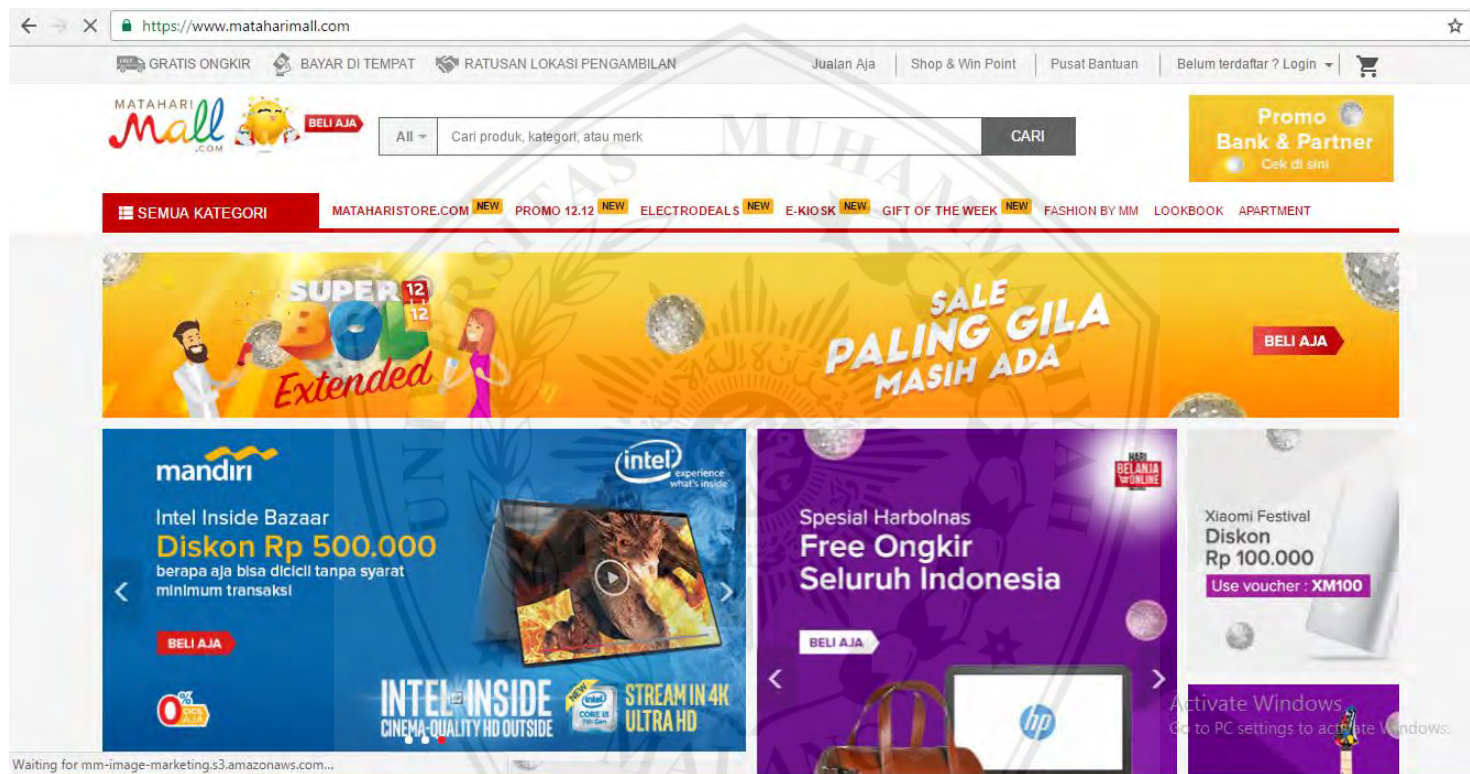
No	Pernyataan	Jawaban				
		SK	K	N	L	SL
1.	Saya memiliki niat berbelanja online jika ada produk baru.					
2.	Saya memiliki niat berbelanja online jika ada produk diskon.					
3.	Saya memiliki niat berbelanja online karena adanya tren baru / mengikuti tren terbaru.					

4.	Saya melakukan belanja online untuk mengatasi stress					
5.	Saya berbelanja online untuk orang lain					
6.	Saya berbagi pengalaman berbelanja kepada keluarga dan sahabat.					

Impluse Buying

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	K	J	TD
1.	Saya sering membeli barang di MatahariMall.com secara tidak terencana.					
2.	Saya sering membeli barang di MatahariMall.com sedang spontan walau tidak dibutuhkan.					
3.	Saya sering membeli barang di MatahariMall.com tanpa berfikir terlebih dahulu kegunaanya.					
4.	Saya sering membeli produk diskon atau produk baru yang ditawarkan di halaman utama website MatahariMall.com.					
5.	Saya sering terpengaruh dengan banner iklan penawaran belanja MatahariMall.com dan langsung melakukan transaksi pembelian.					
6.	Saya sering terpengaruh dengan pop up voucher belanja yang ditawarkan oleh MatahariMall.com dan langsung melakukan pembelian pada saat itu juga.					

LAMPIRAN II Tampilan Mataharimall.com



Gambar Tampilan Website MatahariMall.com

LAMPIRAN III Tampilan Halaman Facebook Mataharimall.com



Gambar Tampilan Halaman Fanpage Facebook MatahariMall.com

LAMPIRAN IV Tampilan Kuesioner Online



The image shows a screenshot of a Google Forms questionnaire. The browser address bar at the top displays the URL: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSekHoR03xZXdpXbg1V0lCjyBgQ41yZytk1dBfz5Zp5GQNTIA/viewform>. The form has a blue header with a shopping cart icon. The main title of the questionnaire is "Pengaruh Website Quality MatahariMall.com terhadap hedonic shopping motivation dan impulse buying". Below the title, there is a paragraph of introductory text in Indonesian, followed by a question: "Kota anda tinggal saat ini". Below the question is a text input field labeled "Your answer". A watermark of the Universitas Muhammadiyah Malang logo is visible in the background. On the right side of the form, there is a "Activate Windows" notification.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSekHoR03xZXdpXbg1V0lCjyBgQ41yZytk1dBfz5Zp5GQNTIA/viewform

Pengaruh Website Quality
MatahariMall.com terhadap hedonic
shopping motivation dan impulse
buying

Pelanggan MatahariMall.com yang terhormat, berkenaan dengan penelitian saya mengenai sikap dan perilaku belanja online maka saya mohon kesediaannya bpk/ibu/sdr untuk menjawab semua pernyataan pada jawaban yang menurut anda sesuai. Bacalah setiap pernyataan yang dimaksud secara seksama, kemudian tentukan pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi dan pengalaman anda. Sebelum anda menjawab pernyataan-pernyataan, isilah data diri berikut ini.

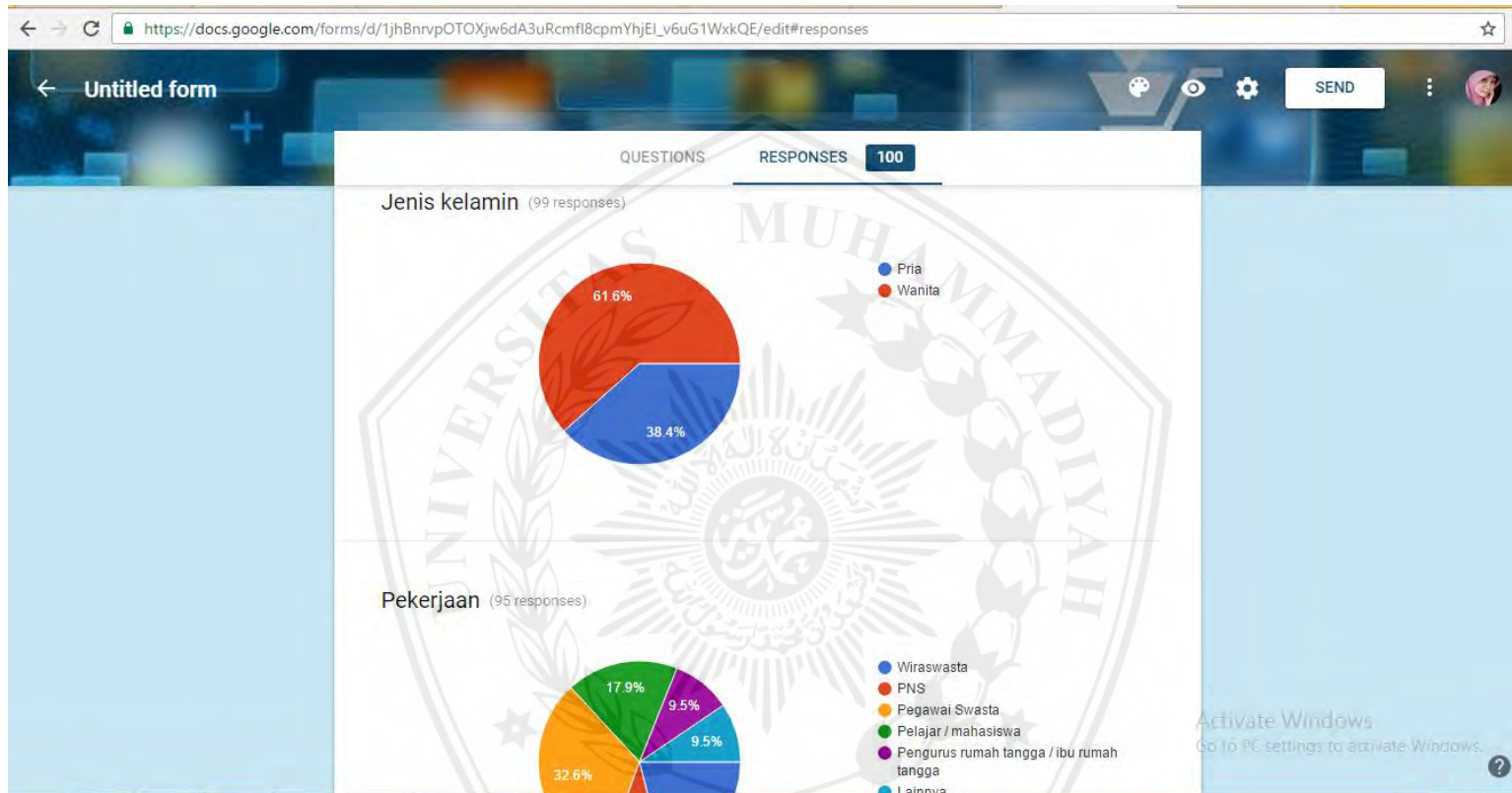
Kota anda tinggal saat ini

Your answer

Activate Windows
Go to PC settings to activate Windows.

Gambar tampilan kuesioner menggunakan google form

LAMPIRAN V Tampilan Grafik Kuesioner Online



Gambar diagram hasil jawaban pernyataan kuesioner menggunakan google form

LAMPIRAN VI Data Kuesioner Berdasar Pembobotan

N
Perny
o ataan

	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	HE	HE	HE	HE	HE	HE	IM	IM	IM	IM	IM	IM
	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	e	D	D	D	D	D	D	PU	PU	PU	PU	PU	PU
	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	b	O	O	O	O	O	O	LS	LS	LS	LS	LS	LS
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	C_	C_	C_	C_	C_	C_	E_	E_	E_	E_	E_	E_
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	5	3	4	4	4	4	2	2	3	3	2
2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	4
3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1
5	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	2	2	2	1	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	1	3	1
6	4	4	4	2	4	5	3	3	4	3	2	4	4	4	4	2	3	3	5	4	2	2	3	1	1	4	2	1	1	3	3	1
7	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	1
8	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	5	4	4	3	4	4	2	4	2	2	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	1	2	1	4	4	1	2	2	2
10	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	4	2	2
11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	2	3	4	2	2	4	4	2
12	2	3	3	4	3	3	2	2	4	2	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	4	4	3	2	4	3	1	1	3	3	1	3
13	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	1	4	5	2	3	1	1	1	4
14	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	2	1	3	3	3	1	1	1	1	1

1
 5 5 5 5 4 2 3 2 3 1
 3
 1
 6 4 2 4 3 4 3 3 3 4 3 3 2 2 3 3 3 3 3 3 3 4 4 2 4 4 1 1 1 1 1 1
 1
 7 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 3 3 3 3 3 4 3 3 3 4 1 1 1 1 1 1
 1
 8 4 4 4 4 4 3 3 3 4 3 3 4 3 4 4 3 4 3 4 4 3 4 3 2 2 3 4 4 3 3 3 3
 1
 9 4 3 4 4 4 3 3 3 4 3 3 4 4 3 3 2 4 4 4 3 5 5 2 4 5 5 3 1 1 2 1 1
 2
 0 4 4 4 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 3 4 2 4 3 1 2 3 3 2 1 2 2 3
 2
 1 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 3 3 3 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 2 4
 2
 2 4 3 4 4 4 4 3 4 4 4 4 3 3 3 3 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 2 4
 2
 3 5 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4 5 3 3 3 3 4 3 3 3 3 2 3 3 3 1 3 4 3
 2
 4 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 1 3 3 2 3 2 2 2 2 2 2 2 3 2 2 2 2 2 2
 2
 5 5 5 5 5 5 4 4 4 5 4 4 4 4 4 5 5 5 3 3 3 3 4 3 4 4 4 4 4 4 4 4
 2
 6 3 4 3 5 4 3 4 4 5 4 4 3 4 3 4 4 4 4 4 4 5 3 2 2 4 2 3 1 2 1 2
 2
 7 4 4 4 4 4 5 4 4 5 5 5 5 4 4 5 4 4 4 5 2 3 5 3 4 3 4 4 4 2 4 4 4
 2
 8 4 4 4 4 5 3 3 4 3 3 4 3 3 3 3 3 3 3 2 3 3 3 2 2 4 4 2 3 3 3 3 1
 2
 9 4 4 4 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 3 4 4 4 4 4 4 2 4 2 2 2 2 2
 3
 0 4 4 4 5 4

LAMPIRAN VII Laporan SmartPLS

SmartPLS Report

Cross Loadings

	Impulse Buying	Kualitas Website	Motiv Hedonic
HEDONIC_1	0.447	0.398	0.823
HEDONIC_2	0.404	0.487	0.675
HEDONIC_3	0.416	0.492	0.840
HEDONIC_4	0.425	0.416	0.791
HEDONIC_5	0.206	0.355	0.732
HEDONIC_6	0.285	0.431	0.726
IMPULSE_1	0.692	0.385	0.443
IMPULSE_2	0.761	0.332	0.296
IMPULSE_3	0.756	0.275	0.458
IMPULSE_4	0.825	0.356	0.434
IMPULSE_5	0.773	0.291	0.268
IMPULSE_6	0.767	0.359	0.258
Web_1	0.357	0.691	0.401
Web_10	0.359	0.793	0.334
Web_11	0.359	0.831	0.490
Web_12	0.388	0.778	0.430
Web_13	0.233	0.794	0.467
Web_14	0.237	0.794	0.397
Web_15	0.270	0.750	0.284
Web_16	0.323	0.595	0.374

Web_17	0.267	0.578	0.350
Web_18	0.283	0.298	0.094
Web_19	0.285	0.627	0.381
Web_2	0.414	0.761	0.395
Web_20	0.327	0.650	0.292
Web_3	0.302	0.716	0.416
Web_4	0.422	0.691	0.530
Web_5	0.159	0.583	0.433
Web_6	0.295	0.718	0.522
Web_7	0.278	0.763	0.389
Web_8	0.290	0.775	0.363
Web_9	0.300	0.794	0.447

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Impulse Buying	0.857	0.862	0.893	0.583
Kualitas Website	0.945	0.951	0.952	0.503
Motiv Hedonic	0.859	0.866	0.895	0.588

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion

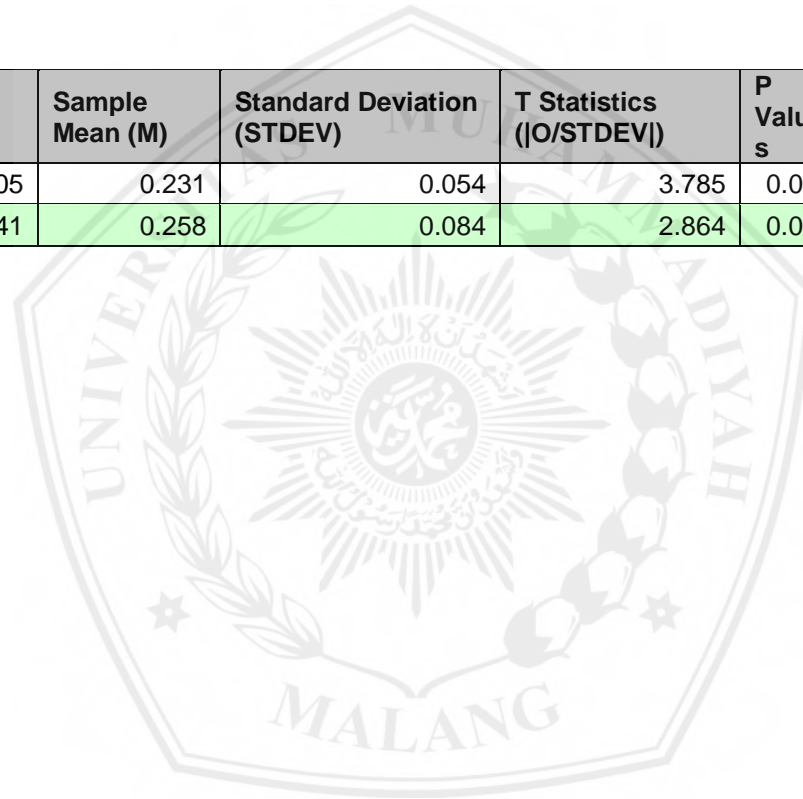
	Impulse Buying	Kualitas Website	Motiv Hedonic
Impulse Buying	0.763		
Kualitas Website	0.440	0.709	

Motiv Hedonic	0.490	0.568	0.767
----------------------	-------	-------	-------

R Square





Mean, STDEV, T-
Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Value s
Impulse Buying	0.205	0.231	0.054	3.785	0.000
Motiv Hedonic	0.241	0.258	0.084	2.864	0.004



LAMPIRAN 8 Hasil Pengujian Mediasi

Path Coefficients

 Mean, STDEV, T-Values, P-Va...	 Confidence Intervals	 Confidence Intervals Bias C...	 Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	
Kualitas website -> Motiv hedonic	0.498	0.505	0.081	6.144	0.000	
Motiv hedonic -> Impulse buying	0.435	0.453	0.055	7.875	0.000	

Final Results

[Path Coefficients](#)

[Indirect Effects](#)

[Total Effects](#)

[Outer Loadings](#)

[Outer Weights](#)

Quality Criteria

[R Square](#)

[R Square Adjusted](#)

[f Square](#)

[Average Variance Extracted \(AVE\)](#)

[Composite Reliability](#)

Histograms

[Path Coefficients Histogram](#)

[Indirect Effects Histogram](#)

[Total Effects Histogram](#)

Base Data

[Setting](#)

[Inner Model](#)

[Outer Model](#)

[Indicator Data \(Original\)](#)

[Indicator Data \(Standardized\)](#)

Activate Windows

